

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการให้ความยินยอมใช้ข้อมูลส่วนบุคคลแก่ธุรกิจผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ
ชื่อผู้เขียน	ศศิธร รังษิธรธรมปัญญา
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.มยุปายาส ทองมาก
ปีการศึกษา	2564

บทคัดย่อ

หลายธุรกิจมีการนำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ได้เก็บรวบรวมไว้มาใช้เป็นเครื่องมือที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจอื่น ๆ แต่เมื่อธุรกิจนำข้อมูลส่วนบุคคลมาใช้ประโยชน์กลับทำให้ผู้บริโภคเริ่มวิตกกังวลเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้กับธุรกิจมากขึ้น ในปี 2562 ประเทศไทยได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (Personal Data Protection Act: PDPA) โดยวัตถุประสงค์คือการคุ้มครองสิทธิของผู้เป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล และสร้างความโปร่งใสให้กับองค์กรต่าง ๆ เมื่อมีการนำข้อมูลส่วนบุคคลของไปใช้ ดังนั้น ธุรกิจจึงจำเป็นต้องขอความยินยอมจากผู้บริโภคก่อนจะทำการเก็บรวบรวม นำไปใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการให้ความยินยอมใช้ข้อมูลส่วนบุคคลแก่ธุรกิจผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ การบังคับใช้ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การรับรู้ถึงความปลอดภัย การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือของธุรกิจ และความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการบังคับใช้ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงความปลอดภัย และความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือของธุรกิจ การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือของธุรกิจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการให้ความยินยอมใช้ข้อมูลส่วนบุคคลแก่ธุรกิจ เพื่อการตลาด และการโฆษณา และเพื่อการวิจัย

และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการให้ความยินยอมใช้ข้อมูลส่วนบุคคลแก่ธุรกิจ เพื่อการวิจัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

คำสำคัญ: พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล, ข้อมูลส่วนบุคคล, การรับรู้ถึงความปลอดภัย, การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือของธุรกิจ, ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว



Independent Study Title	FACTORS INFLUENCING OF INTENTION TO GIVE CONSENT FOR USE PERSONAL INFORMATION TO BUSINESS ON MOBILE APPLICATION
Author	Sasithorn Rangseethumpunya
Degree	Master of Science (Management Information Systems)
Major Field/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Mathupayas Thongmak, Ph.D.
Academic Year	2021

ABSTRACT

Many businesses use personal information collected from consumers to help grow businesses and increase competitive ability. But as businesses use personal information to improve operations, consumers are increasingly concerned about disclosing personal information to them. In May 2019, the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019) (PDPA) came into force in part in Thailand, establishing a legal framework for protecting personal data of individuals and allows businesses to realize economic value from personal data while maintaining transparency when using it. Thenceforth, businesses have had to require consent from consumers before collecting, using, or disclosing personal information.

This paper studies factors influencing the intention to give consent by mobile application (app) to businesses to use personal information. Subjects examined include knowledge and enforcement of the PDPA, perceived security, perceived trustworthiness of businesses, and privacy concerns. Results were that PDPA enforcement influences perceived security and privacy concerns; PDPA knowledge influences perceived trustworthiness of businesses; perceived trustworthiness of businesses influences intention to give consent for using personal information to

business for marketing and advertising as well as research and development (R&D) of products or services; privacy concerns influence the intention to give consent for using personal information to business for product and service R&D.

Keywords: Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019) (PDPA), Personal information, Perceived security, Perceived trustworthiness of businesses, Privacy concerns, Research and development

